

La hibridación de la información televisiva: el periodismo espectacularizado

JESSICA IZQUIERDO-CASTILLO

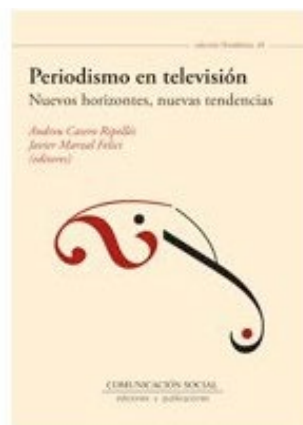
Universitat Jaume I

> *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*

CASERO RIPOLLÉS, ANDREU Y MARZAL FELICI, JAVIER
(EDITORES)

Madrid, Comunicación Social, 2011, 286 páginas.

El periodismo se enfrenta a retos de forma constante, que afectan tanto a los profesionales como a los medios que lo practican. La televisión es uno de los medios de comunicación que mayor atención le presta a la información periodística, pero también es uno de los que impone exigencias más condicionantes. Una de las principales características que exhibe el periodismo televisivo es la aplicación de elementos vinculados a la espectacularización. Como resultado, los espacios informativos han ido combinando la información y el entretenimiento a partir de una serie de constantes hibridaciones. A estas cuestiones se dedica el libro *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*, editado por los profesores Andreu Casero Ripollés y Javier Marzal Felici. Esta obra ofrece una recopilación de textos que abordan el periodismo en el escenario televisivo. Ofrecen una visión completa y multidisciplinar del actual panorama informativo en televisión, marcado por la práctica del *infoentretenimiento* en gran parte de sus manifestaciones. En conjunto, la obra presenta un compendio de quince capítulos, firmados por destacados miembros de la comunidad académica, tanto nacional como internacional.



El resultado es una publicación ambiciosa que contribuye al estudio del periodismo televisivo desde una vertiente multidisciplinar. Una primera aproximación aporta la conceptualización de la televisión y del ejercicio del *infoentretenimiento*, con tres textos que presentan de forma completa el marco en el que se ha gestado la espectacularización del tratamiento informativo de la televisión. El primero es una propuesta de Enrique Bustamante para la reflexión sobre el pensamiento crítico y democrático de una sociedad circunscrita a la mutación de la información periodística. El siguiente capítulo, continúa con la crítica mercantilista de Daya Kishan Thussu, que vincula la tendencia hacia el espectáculo con el desarrollo de las grandes corporaciones comunicativas transnacionales. Por último, Carlo Sorrentino ofrece una llamada a la responsabilidad reflexiva de los propios medios de comunicación para que calibren las consecuencias de estas prácticas periodísticas.

En su actividad profesional, el periodista se adapta a las exigencias de la televisión y sus directrices. Por ello, Rafael Díaz Arias analiza el trabajo periodístico, y extrae una serie de vectores de espectáculo que actúan como estereotipos noticiosos, que contribuyen a la transformación de la narrativa informativa en espectáculo. La preocupación por el papel que desempeñan los profesionales con-

tinúa con los trabajos de María Soler Campillo y Javier Marzal Felici, que centran el estudio en el productor y el editor de informativos, como figuras clave de este tipo de programas. En este sentido, la aportación posterior de Antonio Casado Ruiz ahonda en el análisis de la vertiente profesional, con la profundización sobre la figura del realizador como último responsable de la emisión informativa en televisión.

El carácter multidisciplinar del libro le permite incorporar las cuestiones formales y de enunciación en el estudio. Así, una tercera línea temática recoge los trabajos de Francisco Javier Gómez Tarín, Jesús González Requena y Andreu Casero Ripollés. Los dos primeros toman como objeto de estudio los noticiarios valencianos y los *reality show*, respectivamente, para aplicar sobre ellos el análisis textual y dilucidar los mecanismos de construcción del infoentretenimiento. En una parcela más concreta del periodismo, centrado en la comunicación política, el texto de Casero ofrece un estudio sobre la representación de los políticos y la incorporación de elementos de su vida privada a la información política, como ejemplo de este proceso de reconfiguración de la función periodística.

Esta publicación también contempla el contexto estructural en el que se desarrolla el fenómeno del *infoentretenimiento* televisivo. En este sentido, incorpora un capítulo de Carmina Crusafón Baqués dedicado al sector televisivo estadounidense y las estrategias de los informativos de las principales cadenas para el desarrollo de plataformas digitales. Para completar esta línea, el texto de Jose Vicente García Santamaría y José Fernández-Beaumont estudia los movimientos que los grandes grupos de comunicación españoles realizan, principalmente, para adaptarse a una reestructuración convergente. A propóstito de esta misma cuestión, Josep Lluís Micó la completa con una aportación basada en las exigencias que el contexto multiplataforma impone al profesional del periodismo.

Por último, el libro también recoge la perspectiva del receptor, con un trabajo de Josep Maria Català Doménech que versa sobre el fotoperiodismo y la necesidad de romper con las nociones de objetividad vinculadas a las imágenes, sobre todo en el escenario digital. Por otro lado, José Luis Piñuel realiza un análisis de las audiencias jóvenes y el consumo de la televisión a través de las redes sociales, que le permite vincular este hábito con la espectacularización de la información. Por su parte, Carmen Caffarel Serra recoge la perspectiva cultural con la reivindicación del papel de la televisión como garante de la cultura y la lengua castellana en el contexto global.

En conjunto, el libro ofrece un completo estudio de las tendencias presentes en la información televisiva y los retos que enfrenta el periodismo en la actualidad, donde la constante está en el cambio y en las continuas exigencias competitivas. Por lo tanto, esta obra colectiva alcanza con creces el objetivo último que se plantea, que consiste en “analizar cómo cristalizan las estrategias de espectacularización de la información televisiva desde una perspectiva interdisciplinar, mediante el análisis de la forma y el contenido de las noticias, de los programas y géneros informativos para televisión, incidiendo en el estudio de los aspectos discursivos, sociológicos, económicos, organizativos y tecnológicos que determinan la peculiar configuración de este tipo de productos audiovisuales, cuya incidencia en el imaginario social es muy notable en el mundo actual” (pp. 11-12). Con la consecución de este objetivo, el libro *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*, se convierte en lectura de referencia en el campo del periodismo en televisión y las hibridaciones entre información y espectáculo, que tan presentes se encuentran en la práctica periodística actual.